

## Czy logo miasta może przyciągnąć turystów?

2013-11-13

Według wstępnych oszacowań Instytutu Turystyki w 2012 roku było 67,4 mln przyjazdów (o 11% więcej niż w 2011 roku, w tym przyjazdów turystów - około 14,8 mln (również +11%). Mimo tych pozytywnych tendencji Polska jest jeszcze wciąż, w niezadowalający sposób, rozpoznawalna na świecie. Nie bez wpływu na taką sytuację jest fakt, że polskie miasta zaczęły kształtować swoją marketingową tożsamość stosunkowo niedawno.

Znalezienie wyróżnika i dopasowanie spójnego z nim logo i identyfikacji wizualnej jest dużym wyzwaniem, które wiele polskich miast przerosło ale nie brak też pozytywnych przykładów. Podczas konferencji "Kultura i Turystyka - miejsca spotkań", która odbyła się 6 i 7 listopada w Łodzi, rola logo miast i regionów w komunikacji marketingowej była częstym tematem dyskusji. W dyskusji wziął udział między innymi Bartłomiej Walas Dziekan Wydziału Turystyki i Rekreacji w Wyższej Szkole Turystyki i Ekologii w Suchoj Beskidzkiej, pełniący także funkcję Wiceprezesa Polskiej Organizacji Turystycznej.

Zdaniem specjalistów strategia marketingu terytorialnego powinna uwzględniać koncepcję komunikacji, zgodnie z którą, uważa się, że obecnie to miasta i regiony bywają bardziej rozpoznawalne niż kraje. Należy jednak pamiętać, że w procesie budowy wizerunku miejsca docelowego nie wolno ograniczać się jedynie do opracowania znaku graficznego, które rzadko zachęca do przyjazdu, może wywoływać skojarzenia odmienne od zakładanych w procesie kreacji.

Mamy bowiem przypadki, że logo uznane za optymistyczne i pozytywne, równocześnie w opinii respondentów nie zachęca do podróży (np. Małopolska, Portugalia, Malta). Z drugiej strony znaki proste, a nawet abstrakcyjne w formie (Śląsk, Toruń, Bielsko Biała, Szwecja) okazały się skutecznymi w zapamiętaniu - powiedział Bartłomiej Walas.

Nie należy przeceniać roli sloganów i logotypów, ale pamiętać, że mają istotny wpływ na rozpoznawalność i pomagają w budowie znajomości marki, nasuwając klientowi różne skojarzenia dotyczące produktu, wywołując określone uczucia. Wyróżniają ją na tle konkurencji i pomagają wykreować wokół niej pożądane skojarzenia - dodał Walas.